

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui analisa pengaruh *keragaman menu, harga dan citra merek* terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha Kuliner Manalagi Tropodo.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data yang digunakan bersumber dari jawaban responden, anggota populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian pada usaha Kuliner Manalagi Tropodo dengan jumlah tidak terbatas (*infinite*), teknik pengambilan anggota sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Berdasarkan teknik *purposive sampling* tersebut diperoleh anggota sampel sebanyak 135 responden. Teknik analisa yang digunakan adalah regresi linier berganda. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Data tersebut diolah dengan menggunakan program SPSS versi 17.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa regresi linier berganda layak digunakan, quisionair valid dan reliabel, uji hipotesis menunjukkan bahwa *keragaman menu* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, *harga* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, *citra merek* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: keragaman, menu, harga, citra, merek dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of menu variety, price and brand image on consumers' buying decision of Manalagi culinary, Tropodo. The research was quantitative, Moreover, the data were taken from respondents' answers. While, the population was consumers who had bought at Manalagi culinary, Tropodo with unlimited numbers. Furthermore, the data collection technique used purposive sampling in which the sample was based on criteria given. In line with, there were 135 respondents as the sample. Additionally, the data analysis technique used multiple liniear regression. The testing's instruments used validity and reliability test with SPSS 17. The research result showed that multiple linear regression was properly used and questionnaires were valid and reliable. Meanwhile, from hypothesis test, it concluded that menu variety had a positive and significant effect on consumers' buying decision. Likewise, price had a positive and significant effect on consumers' buying decision. Similarly, brand image had a positive and significant effect on consumers' buying decision.

keyword: menu variety, price, brand image, buying decision.

